

Всероссийское СМИ

«Академия педагогических идей «НОВАЦИЯ»

Свидетельство о регистрации Эл №ФС 77-62011 от 05.06.2015 г.

(выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций)

Сайт: [akademnova.ru](http://akademnova.ru)

e-mail: [akademnova@mail.ru](mailto:akademnova@mail.ru)

*Кунгушева И.А., Старыгина Г.М. Проблема продвижения детских творческих коллективов на региональном уровне // Материалы по итогам VII-ой Всероссийской научно-практической конференции «Особенности применения образовательных технологий в процессе обучения и воспитания», 01 – 10 июня 2019 г. – 0,2 п. л. – URL: [http://akademnova.ru/publications\\_on\\_the\\_results\\_of\\_the\\_conferences](http://akademnova.ru/publications_on_the_results_of_the_conferences)*

### **СЕКЦИЯ: ХУДОЖЕСТВЕННО-ЭТЕТИЧЕСКОЕ ВОСПИТАНИЕ**

**И.А. Кунгушева,**

**Г.М. Старыгина**

**ФГБОУ ВО «Амурский государственный университет»**

**г. Благовещенск, Амурская область**

**Российская Федерация**

## **ПРОБЛЕМА ПРОДВИЖЕНИЯ ДЕТСКИХ ТВОРЧЕСКИХ КОЛЛЕКТИВОВ НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ**

Человек живёт и развивается как личность в системе различных общественных отношений, при активном взаимодействии с другими людьми и обществом. Высшей степенью взаимодействия людей в группе является коллектив. Существенное значение для развития человека как личности играет творческий коллектив. Творческие коллективы обладают значительным потенциалом культурного развития и воспитания личности, а также обеспечивают продвижение и сохранение культуры и искусства. Проблема изучения и развития творческих коллективов в области искусства в небольших городах является достаточно актуальной в силу финансово-экономических причин и недостаточного понимания практической и теоретической концептуальности данной проблематики.

## Всероссийское СМИ

### «Академия педагогических идей «НОВАЦИЯ»

Свидетельство о регистрации ЭЛ №ФС 77-62011 от 05.06.2015 г.

(выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций)

Сайт: [akademnova.ru](http://akademnova.ru)

e-mail: [akademnova@mail.ru](mailto:akademnova@mail.ru)

Творческий коллектив мы определяем как добровольное и общедоступное объединение, созданное для осуществления творческой цели в свободное от основных занятий время, в котором учитываются интересы участников. Характеристиками творческого коллектива являются следующие признаки: добровольная основа, осуществление целей участников в свободное от основной деятельности время, максимальная самореализация личности через совместную художественно-творческую деятельность, общедоступная деятельность, осуществляемая в связи с внутренними потребностями личности, члены коллектива объединены общей целью (общими интересами), организационное оформление коллектива - наличие руководителя, органов самоуправления.

В последнее время детские творческие коллективы, в связи с изменением их роли в обществе, все чаще обращаются к переосмыслению своей значимости в развитии младшего поколения. Досуг школьников становится предметом конкурентной борьбы различных учреждений. С целью привлечения внимания к своей деятельности организации используют новые подходы и технологии развития. Становление и успешная деятельность любого творческого коллектива сегодня во многом зависят от рекламных процессов, целью которых является формирование и поддержание интереса к объекту продвижения. Рекламно-информационная составляющая необходима современному творческому коллективу, чтобы оставаться на плаву и функционировать, соответствуя современным требованиям и запросам общества. Данное исследование может иметь серьёзную практическую значимость. На примере региональной творческой студии «Театр +» мы попытаемся представить возможную модель начального этапа развития

**Всероссийское СМИ**

**«Академия педагогических идей «НОВАЦИЯ»**

Свидетельство о регистрации ЭЛ №ФС 77-62011 от 05.06.2015 г.

(выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций)

Сайт: [akademnova.ru](http://akademnova.ru)

e-mail: [akademnova@mail.ru](mailto:akademnova@mail.ru)

детской организации с учётом авторской творческой составляющей и современного взгляда на коммуникационную среду.

Для наглядного представления практической значимости обозначенного вопроса нами был изучен следующий рекламный материал: полиграфическая реклама, интернет-реклама, наружная реклама, видео- и аудио-реклама детских творческих коллективов г. Благовещенска Амурской области за период 2016-2018 годов. Общее число проанализированных единиц составило более 250 единиц. Источниками для исследования послужили сайты: 2ГИС, сайт Общественно-культурного центра, сайт Амурской областной филармонии, Амурского областного колледжа искусств и культуры, Консультант Плюс; информационные порталы: AMUR.NET, вБлаге.ру, Порт Амур.

В рамках данного исследования нами были выделены 34 городских коллектива, осуществляющих деятельность в четырёх направлениях: вокальной – 41 %, хореографической – 32 %, цирковой – 15 % и театральной – 12 %. Каждый детский творческий коллектив пытается организовать рекламную деятельность, т.е. систему мероприятий по продвижению себя с помощью различных рекламных обращений. Отношение к рекламной деятельности в России неоднозначно. Несмотря на очевидную роль рекламы в продвижении учреждений культуры и их мероприятий, данная сфера деятельности слабо освоена в амурском регионе, отсутствует системность, являющаяся одной из основных характеристик рекламной коммуникации. Мероприятия по привлечению в коллектив школьников организуются разово, а должны проводиться как минимум два раза в год: в периоды с мая по июнь и с августа по сентябрь. Именно это время является наиболее подходящим для принятия решения о посещении той или иной студии основной целевой

## Всероссийское СМИ

### «Академия педагогических идей «НОВАЦИЯ»

Свидетельство о регистрации ЭЛ №ФС 77-62011 от 05.06.2015 г.

(выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций)

Сайт: [akademnova.ru](http://akademnova.ru)

e-mail: [akademnova@mail.ru](mailto:akademnova@mail.ru)

аудиторией (родителями и детьми). Однако часть коллективов города проводит «рекламную кампанию» лишь в один из указанных выше периодов, что чаще всего связано с отсутствием финансовых средств, реже – с отсутствием осведомлённости об активности потенциальной целевой группы или предвзятым отношением к рекламе в целом и, как следствие, нежеланием вкладывать в неё средства.

Говоря о средствах продвижения коммерческой организации, нужно обозначить исходные элементы любых рекламных обращений, к которым относятся рекламное имя и его идентификационные компоненты, составляющие так называемый фирменный стиль. Фирменный стиль является ведущим средством продвижения детского творческого коллектива, основой его узнаваемости, осуществления профессиональных рекламно-информационных процессов, а значит отчасти и успешного развития. При помощи разработанной общей стилистики создаётся уникальный эмоциональный образ коллектива, позволяющий выделить его среди конкурентов. Оригинальный шрифт, образ, цвет и логотип вызывают стойкие положительные ассоциации с организацией, что способствует повышению имиджа детской студии в глазах общественности. В рекламных продуктах детских творческих групп г. Благовещенска практически не используется уникальная вербальная и визуальная айдентика. Фирменный стиль прослеживается только у 9% детских коллективов, таких как хореографический ансамбль «Ровесники»; образцовый хореографический ансамбль «Конфетти»; образцовый хореографический ансамбль «МЫ!». У большинства студий (62 % коллективов) отсутствует значительная часть визуальных компонентов, что ставит под сомнение наличие фирменного стиля как такового. Также стоит отметить, что ряд коллективов используют данные

**Всероссийское СМИ**

**«Академия педагогических идей «НОВАЦИЯ»**

Свидетельство о регистрации ЭЛ №ФС 77-62011 от 05.06.2015 г.

(выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций)

Сайт: [akademnova.ru](http://akademnova.ru)

e-mail: [akademnova@mail.ru](mailto:akademnova@mail.ru)

компоненты далеко не регулярно, что снижает эффективность рекламы, узнаваемость и конкурентоспособность организации. Театральные организации («Этюд», «К нам», «Дебют», «Бенефис», «VIP-SHOW») характеризуются практически полным отсутствием данных элементов в своей самопрезентации.

Нами был предложен авторский проект по разработке визуальной айдентики детской театральной студии «Театр+» с целью его популяризации у населения. Детская театральная студия была создана при Амурской областной филармонии в 2005 году. Идея создания коллектива принадлежит режиссеру «Детской филармонии» С.В. Шеломихиной, которая становится его основателем и художественным руководителем. С 2007 года творческая студия «Театр+» ежегодно играет как минимум один отчётный спектакль, принимает активное участие в концертах «Детской филармонии». С каждым годом уровень артистов становится всё выше, что позволяет принимать участие в фестивалях всероссийского и международного уровня. Творческая студия «Театр+» регулярно размещает рекламные баннеры и афиши мероприятий, также рекламируемое имя студии обозначается на афишах и баннерах общих спектаклей и концертов Областной филармонии. Преимуществом самоидентификации мини-театра можно считать наличие рекламного слогана «Плюсики всегда в плюсе!». Однако к большим минусам рекламной деятельности творческой студии «Театр+» можно отнести отсутствие логотипа и основных элементов фирменного стиля, которые могли бы повысить рейтинг узнаваемости коллектива. Таким образом, можно сформулировать общие задачи проекта:

**Всероссийское СМИ**

**«Академия педагогических идей «НОВАЦИЯ»**

Свидетельство о регистрации Эл №ФС 77-62011 от 05.06.2015 г.

(выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций)

Сайт: [akademnova.ru](http://akademnova.ru)

e-mail: [akademnova@mail.ru](mailto:akademnova@mail.ru)

1. Создать образ многогранного коллектива, сочетающего в себе элементы игры и серьёзного дела.
2. Создать ассоциативный ряд, связанный с деятельностью коллектива: игра, развитие, творчество, стабильность, разносторонность.
3. Выбрать графические и цветовые решения, которые будут выделяться на фоне коллективов г. Благовещенска.
4. Разработать логотип для детской творческой студии «Театр+».
5. Разработать фирменный набор цветов логотипа
6. Разработать фирменный набор шрифтов
7. Разработать образ фирменного персонажа
8. Разработать такую сувенирную продукцию, как рюкзак, макет футболки для тренировок, макет футболки для праздничных мероприятий, флаг, дневник, пакет, закладки фирменной символикой.

Результаты проделанной работы можно считать успешными в плане разработки творческой концепции и практической её реализации. В качестве шрифтов для логотипа мы выбрали «Tetra» и «Franklin Gothic Demi» Шрифт «Tetra» является строгим, но в ряде букв присутствует декоративный элемент в виде ромба, который подчёркивает связь со сферой театрального искусства, с детским персонажем Арлекином. Известно, что издавна костюм Арлекина, украшается ромбами или треугольниками. Шрифт «Franklin Gothic Demi» был выбран по причине желания не перегружать логотип дополнительными графическими элементами. С учётом поставленных задач нами были разработаны логотип и фирменный персонаж. Маска комедии – символ театра, графически сближает созданный логотип с необходимой нам сферой. В

Всероссийское СМИ

«Академия педагогических идей «НОВАЦИЯ»

Свидетельство о регистрации ЭЛ №ФС 77-62011 от 05.06.2015 г.

(выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций)

Сайт: [akademnova.ru](http://akademnova.ru)

e-mail: [akademnova@mail.ru](mailto:akademnova@mail.ru)

качестве цветов для логотипа мы выбрали красный (С:0; М:1000; Y:1000; К:0), голубой (С:1000; М:0; Y:0; К:0) и жёлтый (С:0; М:0; Y:1000; К:0). Красный цвет настраивает на решительность и способен привлечь внимание и зафиксировать взгляд на предмете рекламы. Семантика красного цвета - эмоциональность, страсть, активность. Голубой – цвет гармонии, настраивает на область возвышенных чувств, его семантика - чистота, искренность. Желтый — цвет открытости и общительности, настраивает на коммуникабельность. Общее семантическое наполнение данного цвета - солнце, праздник, радость, свобода. Всё это в полной мере может быть связано с миром искусства и детского творчества. <sup>1</sup>Образец общей айдентики представлен на рисунке № 1.



Рисунок 1 – Фирменные элементы творческой студии «Театр+»

## Всероссийское СМИ

### «Академия педагогических идей «НОВАЦИЯ»

Свидетельство о регистрации ЭЛ №ФС 77-62011 от 05.06.2015 г.

(выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций)

Сайт: [akademnova.ru](http://akademnova.ru)

e-mail: [akademnova@mail.ru](mailto:akademnova@mail.ru)

В процессе разработки фирменного стиля отдельное внимание мы уделили созданию сувенирной продукции, которая является его неотъемлемой частью. Нами были разработаны два макета футболок – повседневный и вид футболки, предназначенный для массовых мероприятий, таких как фестивали, городские мероприятия, шествия. Предложены также макеты дневника, флага и рюкзака, которые также выполнены в фирменных цветах логотипа, разработанного нами для творческой студии «Театр+». Основными элементами сувенирных предметов являются узоры из ромбов, что также отражено в фирменном знаке. Используются уже названные фирменные шрифты Tetra и Franklin Gothic Demi.

#### Список использованной литературы:

1. Козлова, Т. Технологии позиционирования учреждения культуры / Т. Козлова // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2005. – №11. – 113 с.
2. Овчинникова Р.Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 070601 «Дизайн», 032401 «Реклама»/ Р.Ю. Овчинникова— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.— С. 124 [Электронный ресурс] URL: <http://www.iprbookshop.ru/52069.html>. (Дата обращения: 21.06.2017, 14:18)

*Опубликовано: 06.06.2019 г.*

© Академия педагогических идей «Новация», 2019

© Кунгушева И.А., Старыгина Г.М., 2019